



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**MEJORA DE LA TOMA DE DECISIONES EN EL AREA DE
VENTAS EN UNA INSTITUCION EDUCATIVA PRIVADA EN
EL DISTRITO DE MOTUPE, 2016.**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN
ADMINISTRACIÓN**

Autores:

**Martínez Flores Santa Ysabel
Pacheco Chinchay Rosely**

Asesor:

Mg: Flor Heredia Llatas

Línea de investigación:

Gestión y competitividad

Pimentel – Perú

2018

INDICE GENERAL

Resumen	3
Abstract.....	3
I. INTRODUCCIÓN	4
1.1. El problema de investigación.....	4
1.2. Antecedentes.....	5
1.3. Formulación del problema.....	7
1.4. Aspectos teóricos.....	7
1.5. Objetivos.....	8
1.6. Hipotesis.....	9
1.7. Justificación.....	9
II. MATERIALES Y MÉTODOS	9
2.1. Tipo y diseño de la investigación.....	9
2.2. Población y muestra.....	10
2.3. Variables de investigación.....	10
2.4. Operacionalización de variables.....	10
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	3
III. RESULTADOS	4
IV. DISCUSIÓN	6
V. CONCLUSIONES	6
VI. REFERENCIAS	7

MEJORA DE LA TOMA DE DECISIONES EN EL AREA DE VENTAS EN UNA INSTITUCION EDUCATIVA PRIVADA EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2016.

IMPROVEMENT OF DECISION MAKING IN THE AREA OF SALES IN A PRIVATE EDUCATIONAL INSTITUTION IN THE DISTRICT OF MOTUPE, 2016.

Martínez Flores Santa Ysabel¹
Pacheco Chinchay Rosely²

Resumen

La presente investigación tiene por finalidad mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en una institución educativa privada en el distrito de Motupe. La organización tiene su centro de operaciones en el distrito de Motupe y se dedica al rubro de servicio educativo. Encontrando un problema que es la mala gestión de la información, el desaprovechamiento de información almacenada a diario, a partir de esto se plantea mejorar la toma de decisiones que aplica la institución. Esta aplicación permitirá utilizar en el tiempo oportuno los datos almacenados como la información histórica con el fin de encontrar indicadores y esquemas que sirvan como fuente de consulta para la alta gerencia ya que les facilitará tomar decisiones más acertadas el cual ayudara alcanzar los objetivos planteados, la misión y visión de la organización. Se utilizó una metodología descriptiva propositiva. Con una población constituida por 30 colaboradores, se utilizó el instrumento de Escala de Cronbach. Se observó deficiencia en cuanto a obtener información para la toma de decisiones en el tiempo adecuado, razón que no cuentan con una data disponible para almacenar información por lo que es importante y recomendable implementar un sistema de inteligencia de negocio para proporcionar a sus trabajadores herramientas que les ayuden en la toma de decisiones

Palabras claves: toma de decisiones, información

Abstract

The purpose of this research is to improve decision making in the sales area of a private educational institution in the Motupe district. The organization has its operations center in the district of Motupe and is dedicated to the education service sector. Finding a problem that is the mismanagement of information, the waste of information stored daily, from this it is proposed to improve the decision making that the institution applies. This application will allow you to use the stored data as historical information at the right time in order to find indicators and schemes that serve as a source of consultation for top management, as it will help them to make more accurate decisions which will help achieve the objectives set, the mission and vision of the organization. A descriptive descriptive methodology was used. With a population of 30 employees, the Cronbach Scale instrument was used. There was a deficiency in obtaining information for decision making at the right time, reason why they do not have available data to store information, so it is important and advisable to implement a business intelligence system to provide their workers with tools that help them in decision making

Keywords: decision making, information

¹ Adscrito a la escuela académica de Administración pre grado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email:

² Adscrito a la escuela académica de Administración pre grado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email:

I. INTRODUCCIÓN

1.1. El problema de investigación

En la actualidad, el entorno empresarial está sujeto a un periodo de cambios permanentes y acelerado esto a consecuencia de que nos encontramos en un mundo competitivo y tecnológico con una economía globalizada ampliamente interconectada.

En este sentido los flujos de información se han desarrollado aceleradamente dentro de La organización, y para poder afrontarlas deben ser ágiles capaces de enfrentar el mundo competitivo y hacer cosas de manera diferenciada, no es difícil notar la cantidad de avances tecnológicos que se desarrollan continuamente. Sin embargo, saber aprovechar estos avances dependerá de cada organización.

Es por ello que las personas y organizaciones tienen la responsabilidad de informarse acerca de las nuevas tendencias y descubrir su propio equilibrio entre costo y beneficio, pero además tienen el desafío de investigar, implementar y comprobar que tipos de sistemas de información son los que más se adecuan a sus necesidades y las ayudan a obtener mejores resultados.

Según Chaabouni y Triki, (2013), afirman que los procesos de toma de decisión se definen como la forma en que la gerencia llega a determinar las acciones a seguir, si estos son elaborados en base a una metodología preestablecida o si existen lineamientos que apoyen la evaluación de los resultados de las mismas.

De esta manera concluimos que hoy por hoy la toma de decisiones se ve limitada por no contar con información oportuna que nos indique lo que está pasando en la organización en la parte de análisis de ingresos y demanda.

En el contexto problemático internacional se son muchas las empresas que han elegido administrar y organizar mejor su información y almacenes de datos ya que es el nuevo paradigma para el almacenamiento de datos requeridos por la sociedad de hoy. Es un paradigma que se centra en los tipos básicos de datos, su estructura y cómo se relacionan para formar una tienda de gran alcance de los datos que satisfaga las necesidades de la empresa para obtener información (Inmon. 2012).

De esta manera se puede observar como el manejo de la Data Warehouse e Inteligencia de Negocios ha mejorado bastante en algunos países distintos a E.U.A., en los últimos años, como en el caso del Absa Bank de Sud-África, el cual ha alcanzado incremento de ventas e ingresos, incremento en la retención de clientes, incremento en la adquisición de nuevos clientes, dominio de la rentabilidad, mejora de los canales de distribución, adaptación a las reglamentaciones gubernamentales, mayor distribución de la información y el conocimiento y mejores decisiones estratégicas.

Por otro lado Sud-África también alcanza grandes mejoras en el Sector Público mediante el uso de la Data Warehouse, implantando políticas gubernamentales en relación a los recursos para ciencia y tecnología disponibles a nivel nacional; obtienen un mejor manejo de la data que con 4 otras bases de datos; consiguen un registro histórico de todas las variables; y logran mucha mayor calidad de información, entre las empresas internacionales que usan inteligencia de negocios están :en primer lugar tenemos a Google Inc. una empresa gigantesca, que ha crecido considerablemente estos últimos años y que ha sabido sacar el máximo provecho de la información, Google dice: “Siempre hay más información por descubrir.

En el contexto local la competencia es grande y para diferenciarse y tener ventaja frente a estas las organizaciones están optando por organizar su información de manera que esta esté disponible en el tiempo oportuno para lograr esto es necesario implementar BI ya que es una herramienta bajo la cual diferentes

tipos de organizaciones, pueden soportar la toma de decisiones basadas en información precisa y oportuna; garantizando la generación del conocimiento necesario que permita escoger la alternativa que sea más conveniente para el éxito de la empresa. echas las consideraciones anteriores concluimos que esta tecnología funciona como un elemento clave y estratégico para la organización ya que proporciona información oportuna y confiable a los tomadores de decisiones de para responder a las situaciones que pueda presentarse en la organización: visto de esta forma sabemos que que el mercado organizacional está marcado por la información y tecnología, el conocimiento y la toma de decisiones, es muy importante saber dónde y cómo se organiza Toda la información.

En este contexto surgen términos que se convierten en conceptos y filosofías de trabajo, como son los Almacenes de Datos (Data Warehouse) y (Business Intelligence) que son unas herramientas de Inteligencia de Negocios que posibilitan a los directivos de las organizaciones formular preguntas, realizar consultas y analizar los datos en el momento, forma y cantidad que requieran sin necesidad de tener que acudir al personal informático de la empresa (Carter, 2014).

De las evidencias anteriores concluimos que la inteligencia de negocios es una estrategia empresarial que persigue incrementar el rendimiento de la organización o la competitividad del negocio, mediante la organización inteligente de sus datos históricos como son sus operaciones diarias y transacciones; es por ello decidimos realizar la tesis titulada “diseño de estrategias de inteligencia de negocios podrá mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa privada san Agustín?., Motupe 2016”; con esta investigación se pretende encontrar una inmediata solución a la problemática encontrada en la institución en el proceso de toma de decisiones

1.2. Antecedentes

Algunas investigaciones han tratado este problema, entre ellas se tiene:

En un trabajo de investigación realizado en Chile, se planteó que a través de la creación de indicadores limpios y consolidados respecto del uso de las secciones y viñetas que componen el portal, y que se almacenarán en un Data Mart, el equipo de administración del sitio podrá acceder a información detallada acerca del comportamiento de sus visitantes, también se orienta a que siempre estamos mejorando constantemente utilizando y aplicando estrategias con la finalidad de que los negocios tenga buenos resultados y eso nos permite a que los directivos tenga buenas tomas de decisiones (...), Arias(2012) Diseño y construcción de un Data Mart para el filtro de opiniones en la web a partir de datos originados en el portal educar Chile de la Universidad de Chile.

En conclusión, el modelo propuesto de es esta investigación es capaz de satisfacer las necesidades de información de la organización, entregando conocimiento útil a la hora de evaluar y definir nuevas políticas de publicación de contenidos que se ajusten a las reales preferencias de los usuarios. A pesar de aquello, se recomienda realizar una nueva medición de los indicadores una vez efectuados cambios en el diseño de las páginas, para así obtener resultados contundentes que permitan identificar las preferencias de diseño y contenido por parte de los usuarios. Además, se recomienda implementar en el sitio el modelo obtenido para las opiniones, y así detener la publicación de comentarios que no aportan valor al sitio... Tomamos esta investigación por que los resultados de este estudio me permiten evaluar las estrategias de marketing de la Institución Educativa San Agustín. Y así definir otras nuevas, ya sea en pos de potenciar las actuales preferencias de los usuarios y con el objetivo de generar mayor ingreso de alumnos a la Institución.

En una investigación realizada en el Salvador, de tipo descriptivo, se realizó un diagnóstico que permitió visualizar la situación actual que manejan las PYMES día con día en cuanto al conocimiento de la inteligencia de negocios. Los estudios descriptivos permiten medir y evaluar aspectos y componentes esenciales del fenómeno a investigar. Es decir, se toman una serie de cuestiones y se mide una de ellas y

así poder describir lo que se investiga. Además, nos demuestra en esta investigación los objetivos que presentan en la planeación de estrategias de inteligencia de negocio con la finalidad de cumplir los objetivos de las empresas pymes para mejorar una toma de decisiones, está reflejado desde el incremento de las ventas hasta la buena atención de los clientes que esto permitirá un gran posicionamiento (...) González, Orellana, Salguero (2012) Uso de la Inteligencia de Negocios en las PYMES en El Salvador, en conclusión, en la actualidad algunas pymes tienen dificultad para tomar decisiones y especialmente requieren algún software que permitirá resolver problema en el sistema de toma decisiones y calcular los riesgos, el gran problema de las pymes en tomar decisiones es la incertidumbre y el riesgo que puede resultar al elegir la mejor alternativa de estrategia de negocios para mejorar y lograr los objetivos de la empresa. Tomamos esta investigación porque se asemeja con la problemática de mi investigación ya que en la actualidad se presenta gran dificultad al tomar decisiones en una organización, es necesario tener un sistema tecnológico para recepcionar información necesaria al momento de tomar una decisión ya que una buena decisión nos ayudara lograr objetivos esperados, además dicho en lo anterior, es importante optimizar el proceso, minimizar el tiempo, tomar las decisiones más acertadas y basarlas en argumentos válidos en el menor costo posible. Esto se puede lograr a través del uso de la inteligencia de negocios porque permite obtener la información adecuada a disposición de las personas que la necesiten, en una manera comprensible para cada uno y de forma rápida.

Estas herramientas han sido diseñadas para ayudar a tomar decisiones más rápidas y acertadas, (...) Lima (2015) “inteligencia de negocios para la toma de decisiones del departamento de cartera de la cooperativa finander”, En conclusión Debido a la existencia de reportes básicos los cuales no ayudaban en la toma de decisiones al conceder créditos en la empresa, originando resultados poco confiables que no reflejaban los datos necesarios, estos a la vez debían ser estudiados para emitir la mejor decisión; en cuanto a la cantidad de información almacenada en la base de datos impedía a la organización el análisis correcto de los puntos tomados en cuenta por la institución la cual correspondía ser tratada con Inteligencia de Negocios para una mayor eficiencia en los procesos a realizarse, los procesos ejecutados ocasionaban preocupación por parte del personal que labora en la organización... tomamos esta investigación porque nos sirve para poder observar cuán importante es la inteligencia de negocios en la empresa ya que ofrece a los tomadores de decisiones optimizar el proceso en tiempo oportuno.

En una investigación realizada en Piura de tipo aplicada ya que la Propuesta permitirá generar conocimientos y métodos dirigido al sector productivo con el fin de mejorarlo y hacerlo más eficiente. La información generada en el Sector Eléctrico se encuentra en continuo crecimiento. El gran volumen de datos que se genera no permite un análisis adecuado aplicando las técnicas tradicionales. Debido al volumen alto de información relacionado con este proceso resulta imposible con los métodos tradicionales obtener conocimiento útil de estos datos para la correcta toma de decisiones. Los problemas y retos que enfrenta el sector se relacionan con temas que conciernen a las áreas de predicción y de reconocimiento de patrones, como por ejemplo niveles de consumo y de generación. Por lo que se necesita de herramientas para la predicción de precios, de demanda y de estabilidad del sistema eléctrico interconectado, con el fin de lograr reducir los costos de operación y maximizar la generación oportuna de electricidad. (...) Takimoto (2013), “Aplicación metodológica de Inteligencia de Negocios en el proceso de Toma de Decisiones de EGEMSA” En conclusión el estudio tiene como objetivo investigar un hecho dentro de su contexto real, el manejo de los datos internos y externos para la toma de decisiones en la Gerencia Comercial de EGEMSA, estableciendo una aplicación metodológica de optimización del proceso de toma de decisiones en base a Inteligencia de Negocios en la Empresa de Generación Eléctrica Machu Picchu S.A.

En una investigación realizada en Trujillo, cuyo diseño es de tipo No experimental – descriptivo investigación Aplicada con un método inductivo se dice que las empresas comercializadoras de dulces tradicionales crecen en el mercado peruano, esto obliga a dichas empresas a volverse más competitivas y para ello toman decisiones las cuales presentan riesgos, por lo tanto para minimizar

el riesgo es esencial la cantidad y calidad de información que se tiene disponible, tal es el caso de la empresa San Roque S.A. donde la información disponible para generar y analizar las propuestas de las posibles promociones de ventas, es insuficiente, generando un mayor tiempo en el proceso de toma de decisiones y produciendo escasas promociones lanzadas anualmente, por lo cual se hace importante conocer cómo mejorar la toma de decisiones en el área de ventas de dicha empresa (...) Sánchez, (2014), “modelo de inteligencia de negocio para la toma de decisiones en la empresa San Roque S.A

En tal sentido el presente trabajo muestra una propuesta de Modelo de Inteligencia de Negocios que asegure una mejora en dicho proceso y que permita transformar información clave del negocio en acciones concretas traduciéndose en beneficios tangibles que les proporcione una ventaja competitiva a los tomadores de decisiones. Para lograrlo se identificaron y compararon las características más relevantes de las principales metodologías para el desarrollo de modelos de inteligencia de negocios tanto tradicionales como de la actual tendencia de BI denominada Big Data, luego se propuso un Modelo de Inteligencia de Negocios que cuenta con las siguientes fases: planificación, modelo del negocio, análisis, diseño, construcción e implementación... Tomamos esta investigación porque nos suma de gran conocimiento ya que su problemática se asemeja a la del presente trabajo de investigación donde la información disponible para generar y analizar las propuestas de las posibles promociones de ventas, es insuficiente, generando un mayor tiempo en el proceso de toma de decisiones es así que el autor propone un modelo de inteligencia de negocios para la toma de decisiones que asegure un perfeccionamiento en dicho proceso y que permita convertir información clave del negocio en acciones concretas traduciéndose en beneficios visibles que les facilite una ventaja competitiva a los tomadores de decisiones.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo es la toma de decisiones en la Institución Educativa Privada en el distrito de Motupe?

1.4. Aspectos teóricos

Toma de decisiones

Según el autor (Amaya 2010) en el libro “Toma de decisiones gerenciales: métodos cuantitativos para la administración” citado por Sánchez (2014, p.24) menciona que la toma de decisiones empresariales constituye un proceso de selección entre las diferentes alternativas posibles. A partir de la elección de una alternativa se podrá pasar al proceso de la planificación de actividades, desarrollo de las estrategias y formulación de programas y presupuestos.

Según Cohen (2005) citado por Quepuy (2016, P.15) La toma de decisiones es una de las actividades que se realiza con mayor frecuencia en el mundo de los negocios. Indicando que la importancia de la decisión empresarial va de la mano con el nivel del área en la cual se hace.

Fases en el proceso de toma de decisiones:

Según Cohen (2005) citado por Quepuy (2016, P.15) existen cuatro fases en el proceso de toma de decisiones:

Fase de la inteligencia, en la cual se reconoce la existencia de un problema para el cual se debe tomar una decisión.

Fase de diseño, en la cual se buscan alternativas de solución al problema encontrado en la fase de inteligencia.

Fase de selección, mediante la cual se elige la alternativa más óptima que se generó en la fase de diseño.

Fase de implantación consiste en poner en marcha y guiar a que la alternativa seleccionada.

Niveles de toma de decisiones.

Según Cohen (2005) citado por Quepuy (2016, p.15) existen cuatro niveles de toma de decisiones:

Toma de Decisiones Estratégica: Determina los recursos, políticas y objetivos de la organización.

Toma de Decisiones para control gerencial: Se encarga de que los recursos se utilicen con eficiencia y eficacia.

Toma de Decisiones en el nivel de conocimientos: Se encarga de evaluar ideas de productos y servicios nuevos, así como de distribuir nuevos conocimientos.

Toma de Decisiones para control operativo: Se encarga de determinar la forma en que se llevarán a cabo las tareas propuestas por los que toman decisiones estratégicas.

Características de la toma de decisiones

Según (Hernández, 2005, p.60) citado por Armas (2015, p.16)

Certeza: Es cuando los encargados de tomar decisiones tienen disponibles la información completa y precisa.

Incertidumbre: Cuando los encargados o gerentes en tomar decisiones no tienen disponible información oportuna o no tienen suficiente información, y así no pueden medir las consecuencias de sus decisiones.

Riesgo: Es el estado que existe cuando la probabilidad de éxito a obtener es mucho menor al 100%.

Conflicto: Son resultados opuestas como consecuencia de fuentes distintas, entonces se toman decisiones de manera individual y experimentan conflictos psicológicos.

Indicadores de la variable toma de decisiones

Desempeño laboral: Chiavenato, (2012. Pag 243) desempeño laboral es “una apreciación sistemática de cómo cada persona se desempeña en un puesto y de su potencial de desarrollo futuro, afín de estimular o juzgar el valor, la excelencia y las cualidades de una o varias personas.

Resultados óptimos: Según el Autor Florencia Ucha (2010), resultado óptimo su sentido más amplio y general se emplea cuando se quiere dar cuenta de aquello que resulta ser muy bueno, que no puede ser mejor de lo que es, es decir, óptimo es el superlativo del término bueno. Generalmente, la palabra se emplea a instancias de alguna actividad que se desarrolló o de una tarea terminada y cuyos resultados fueron muy beneficiosos para quienes la llevaron a cabo.

Estrategia organización: Según Menguzzatto y Renau: la estrategia organizacional “explicita los objetivos generales de la empresa y los cursos de acción fundamentales, de acuerdo con los medios actuales y potenciales de la empresa, a fin de lograr la inserción de ésta en el medio socio económico.

1.5. Objetivos

Objetivo general

Analizar en el nivel de toma de decisiones en la Institución Educativa Privada en el distrito de Motupe

Objetivos específicos

Determinar el nivel de toma de decisiones en la Institución Educativa Privada en el distrito de Motupe
Identificar los factores que afectan la toma de decisiones en la Institución Educativa Privada en el distrito de Motupe

1.6. Hipotesis

H^0 No se aplica el diseño de estrategia de inteligencia de Negocios permite el diseño de la toma de decisiones.

H^1 SI se aplica diseño de estrategia de inteligencia de Negocios no mejorara el diseño de estrategias.

1.7. Justificación

Esta investigación se justifica porque se basa en la aplicación de diseño de estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la institución educativa privada san Agustín Motupe. Así mismo esta permitirá identificar, evaluar y mejorar los procesos del departamento de ventas, de esta manera apoyará en el proceso de toma de decisiones, facilitando a la institución a conocer su capacidad Organizativa, mediante la recopilación y análisis de la información, de manera que esta herramienta automatice el procedimiento, de forma que, cuenten con información sólida y confiable de alta disponibilidad y facilite la toma de decisiones.

En el ámbito académico: La investigación será de gran apoyo para los futuros investigadores que se interesen en indagar el tema de inteligencia de negocios y toma de decisiones ayudándoles así a aumentar su conocimiento con este antecedente.

En el contexto social: el presente trabajo de investigación será de gran apoyo para la institución ya que a través del cual logrará mecanizar sus operaciones reduciendo tiempos y esperas del usuario. Por lo tanto, incrementara sus ventas buscando mejoras permanentes brindando un servicio eficiente y tener mayor participación en el mercado educativo.

Su importancia: radica porque que las ventas es una Área tan sensible y es preciso contar con información oportuna y veraz, y las decisiones que se deben tomar ben ser rápidas para tener ventaja sobre la competencia, es por ello que la Inteligencia de Negocios es una potencial solución a los inconvenientes que se presenta al momento de tomar una decisión.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de la investigación

La investigación es de tipo descriptivo, de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostienen “tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población”. (p. 415). Descriptiva, porque se analizará el problema, y se establecerán nuevos criterios para poder responder a las causas del porque ocurren los fenómenos o hechos y las condiciones en las que este se está dando.

La investigación propositiva según Hernández, Fernández y Baptista (2010) se ocupa de “cómo debería ser las cosas para alcanzar unos fines y funcionar adecuadamente”. (p. 417). Propositiva, porque se elaborará una propuesta, como solución a un problema con base en los resultados del proceso de investigación

El diseño de investigación del cual se ha hecho uso es el diseño de carácter no experimental, ya que no se someterá a ningún sistema de prueba. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos” (p. 289).

2.2. Población y muestra

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo, (1997), define a la población como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p.114).

La población: Está conformada por el personal que labora en la institución educativa existente hasta la fecha. Está conformada por el personal que labora en la en la institución educativa privada san Agustín Motupe existentes a la fecha, 1 director, 1 secretaria, 2 auxiliares, 24 profesores, 2 personal de limpieza. Haciendo un total de 30 personas.

Muestra

Ñaupas, Novoa, Mejía & Villagómez (2011) señalan que la muestra “es el subconjunto, o parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo. Es decir, una muestra es representativa si reúne las características de los individuos del universo”. (p. 189)

Sampieri (2010) sostiene que “el muestreo no probabilístico por conveniencia de acuerdo al autor es cuando la elección de los elementos, no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con el investigador o del que hace la muestra”. (p. 367)

La muestra de estudio será el total de la población

2.3. Variables de investigación

Variable de investigación: toma de decisiones

Según Cohen (2005) citado por Quepuy (2016, P.15) La toma de decisiones es una de las actividades que se realiza con mayor frecuencia en el mundo de los negocios. Indicando que la importancia de la decisión empresarial va de la mano con el nivel del área en la cual se hace.

2.4. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumentos	Ítems
V. independiente: Inteligencia de negocios	Inteligencia de Negocios o Business Intelligence es el conjunto de metodologías, aplicaciones, prácticas y capacidades enfocadas a la creación y administración de información que permite tomar mejores decisiones a los usuarios de una organización. Curto (2012).).	Desarrollo del producto	1. Idea de producto o servicio. 2. Necesidad del producto. 3. Diferenciación del producto o servicio. 4. presentación del producto o servicio 5. Atributos del producto o Servicio.	Nominal	encuesta	1, 2 ,3, 4 ,5
			6.Venta directa 7.Intermediarios 8.Facilidad para adquirir el producto 9. Venta atreves de páginas web 10.Tele marketing	Nominal	encuesta	6,7,8, 9,10
		Lugares o puntos de ventas	11. Beneficios. 12. Medios de comunicación. 13. Tipo de publicidad. 14. Creación de estrategias Publicitarias agresiva. 15. Establecer metas y objetivos.	Nominal	encuesta	11,12, 13, 14 , 15
			16. Rendimiento. 17. Capacidad para planificar adecuadamente el trabajo. 18. Elaboración de un plan de trabajo.	Nominal	encuesta	16, 17,18.1 9 .20
		Resultados óptimos	19. Pro actividad en la realización del trabajo. 20. Elaboración de un plan de estrategias para afrontar contingencia.			

V. dependiente: toma de Decisions	Acción o elegir un objeto determinado de entre varias opciones, con el objeto de satisfacer una necesidad específica. Es decir, la Toma de Decisiones es una expresión de la voluntad del individuo. Salvador Pérez, (2011 pág. 50)	Estrategia - Organización	21.Estrategias ventas	Nominal	encuesta	21,22,2 3,24, 25
			22. Ventas indirectas. 23. Estudio de mercado. 24. Diseño de un plan de Capacitación y selección intensiva del colaborador. 25. Diferenciación competitiva.			
					encuesta	
		Desempeño Laboral	26. Habilidades.	Nominal		26, 27,28,2 9, 30
			27. Conocimiento del producto. 28. Motivación personal. 29Clima laboral. 30.Reconocimiento del trabajo			

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Para Bavaresco (2001), indica que “la técnica de recolección de datos constituye el conjunto de herramientas científicamente validadas por medio de los cuales se levanta los registros necesarios para comprobar un hecho o fenómeno en estudio”. (p. 344).

La encuesta, estadísticamente representativa será la técnica que se empleará para obtener información ya que tiene una gran capacidad para estandarizar datos, lo que a su vez permite su tratamiento informático y la generalización de los mismos.

Instrumentos de recolección de datos

Méndez (2000), establece, que “los cuestionarios son documentos estructurados que contiene un conjunto de reactivos, relativo a los indicadores de un variable y las alternativas de una respuesta, además se expresa que a través de la encuesta se obtienen las opiniones de los individuos con relación a los objetivos de la investigación”. (p. 445).

El instrumento que se diseñó para esta investigación será en base a la escala de Likert.
El formato de un típico elemento de Likert con 5 niveles de respuesta:

Totalmente en desacuerdo. (TD)

En desacuerdo. (D)

Ni de acuerdo ni en desacuerdo. (I)

De acuerdo. (A)

Totalmente de acuerdo. (TA)

III. RESULTADOS

Tabla 1

Nivel de Toma de decisiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	6	37,5	37,5	37,5
	De acuerdo	10	62,5	62,5	100,0
Total		16	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia con los datos de los colaboradores de la institución

Tabla 2

¿considera usted que el talento humano de la institución está suficientemente preparado para producir una ventaja competitiva frente a la competencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,3	6,3	6,3
	En desacuerdo	3	18,8	18,8	25,0
	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	7	43,8	43,8	68,8
	De acuerdo	3	18,8	18,8	87,5
	totalmente de acuerdo	2	12,5	12,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia con los datos de los colaboradores de la institución

Tabla 3

¿Cree usted que el personal posee las habilidades necesarias para atender y concretar la venta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	12,5	12,5	12,5
	En desacuerdo	5	31,3	31,3	43,8
	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	5	31,3	31,3	75,0
	De acuerdo	2	12,5	12,5	87,5
	totalmente de acuerdo	2	12,5	12,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia con los datos de los colaboradores de la institución

Tabla 4

¿Considera Usted importante otorgar bonos y reconocimientos cuando se los objetivos planteados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	12,5	12,5	12,5
	En desacuerdo	4	25,0	25,0	37,5
	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	4	25,0	25,0	62,5
	De acuerdo	3	18,8	18,8	81,3
	totalmente de acuerdo	3	18,8	18,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia con los datos de los colaboradores de la institución

Tabla 5

¿Considera usted que la actitud de su jefe influye en la motivación del personal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,3	6,3	6,3
	En desacuerdo	5	31,3	31,3	37,5
	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	4	25,0	25,0	62,5
	De acuerdo	2	12,5	12,5	75,0
	totalmente de acuerdo	4	25,0	25,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia con los datos de los colaboradores de la institución

IV. DISCUSIÓN

El nivel de toma de decisiones en la Institución Educativa es medio debido a que el 62,5% de los encuestados indica estar de acuerdo con procesos de toma de decisiones. Según Cohen (2005) citado por Quepuy (2016, P.15) La toma de decisiones es una de las actividades que se realiza con mayor frecuencia en el mundo de los negocios. Indicando que la importancia de la decisión empresarial va de la mano con el nivel del área en la cual se hace.

Chirán, (2013) propone que el modelo para la implementación inteligencia de negocios que apoyen a la toma de decisiones en instituciones públicas de protección social. En conclusión se pretende contar con un modelo que guíe en la implementación de una solución de inteligencia de negocios que apoye en la toma de decisiones en el sector público de protección social. Además, adquirir una solución que exponga la información necesaria para que el soporte de toma de decisiones sea tarea fácil, sencilla, resumida y amigable.

El proceso de toma de decisiones se caracteriza por el personal de ventas presenta un nivel de desempeño laboral adecuado, así lo evidencia el 75.1% de los encuestados que indica estar totalmente de acuerdo en que considera usted que el talento humano de la institución está suficientemente preparado para producir una ventaja competitiva frente a la competencia. Además el 56,3% indica estar totalmente de acuerdo en que el personal posee las habilidades necesarias para atender y concretar la venta el desempeño laboral según Chiavenato, (2012. Pag 243) es “una apreciación sistemática de cómo cada persona se desempeña en un puesto y de su potencial de desarrollo futuro, afín de estimular o juzgar el valor, la excelencia y las cualidades de una o varias personas.

Ademas el proceso de toma de decisiones permite obtener resultados optimos, debido a que el 56.4% indica estar totalmente de acuerdo en que el personal de ventas es capaz de responder todas las inquietudes del cliente al momento de vender u ofrecer servicio. Los Resultados óptimos: Según Ucha (2010), expresa que el resultado óptimo su sentido más amplio y general se emplea cuando se quiere dar cuenta de aquello que resulta ser muy bueno, que no puede ser mejor de lo que es, es decir, óptimo es el superlativo del término bueno. Generalmente, la palabra se emplea a instancias de alguna actividad que se desarrolló o de una tarea terminada y cuyos resultados fueron muy beneficiosos para quienes la llevaron a cabo.

V. CONCLUSIONES

Para el trabajo realizado se tomó en cuenta el análisis de las nuevas tendencias que existen en el mercado sobre lo importante que es la aplicación de inteligencia de negocios en las organizaciones y algunos conceptos de algunos trabajos de investigación, nacionales, locales e internacionales donde se trató temas de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en la institución.

La selección de un diseño adecuado permite el desarrollo del software de una manera rápida y organizada. Por lo tanto se logra el acceso a datos lo cual permite un sistema flexible y de fácil mantenimiento.

El software tendrá dichas funcionalidades se podrían mencionar: ingreso de alumnos, primeros puestos, ingresantes a universidades, etc. y permitirá tomar decisiones con información relevante que brinda el software.

VI. REFERENCIAS

- Arias, (2012). *Diseño y construcción de un Data Mart para el filtro de opiniones en la web a partir de datos originados en el portal educar chile*” Facultad de ciencias físicas y matemáticas - Universidad de Chile
- Chaabouni y Triki, (2013), afirman que los procesos de toma de decisión
- González, (2012). *Uso de la Inteligencia de Negocios en las PYMES en El Salvador*” Facultad de Economía, Empresa y Negocio - Universidad José Matías Delgado - El Salvador
- Hernández S., R., Fernández C., C., Baptista L., M. (2010) Metodología de La Investigación 5ta Edición. McGraw Hill. México
- Lima, (2015). *Inteligencia de negocios para la toma de decisiones del departamento de cartera de la cooperativa finander*” facultad de facultad de sistemas mercantiles, universidad regional Autónoma de los Andes Uniandes, Ibarra - Ibarra – Ecuador
- Sánchez, (2014). *Modelo de inteligencia de negocio para la toma de decisiones en la empresa San Roque S.A* – Facultad Ingeniería Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO) - Trujillo, Perú.